



Pengaruh *Digital Financial Literacy, Financial Stress, Green Self-Identity Dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention*

Fadia Chaisarani¹

Budi Setiawan²

Meilin Veronica³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

Email : chaisaranifadia@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

Email : budi.setiawan@uigm.ac.id

³Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri

Email : meilin.veronica@uigm.ac.id

Diterima: 20 Maret 2025

Direview: 9 April 2025

Dipublikasikan: 30 April 2025

Abstract

The growth of financial technology drives the adoption of digital payments, among generation Z in Palembang. This research aims to determine the influence of Digital Financial Literacy, Financial Stress, Green Sel-Identity, and Facilitating Conditions on Behavioral Intention in using Digital Payments. This research method uses a descriptive method with a quantitative approach. The sampling technique in this research used non-probability sampling with a purposive sampling approach which was based on indicators as sample determination criteria, with a total sample of 150 respondents. Data analysis using the partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) method. The results of this research show that Digital Financial Literacy, Green Self-Identity, and Facilitating Conditions have a significant positive effect on Behavioral Intention, and the Financial Stress variable has a significant negative effect on Behavioral Intention. This shows that literacy, concern for the environment, and availability of facilities have an important role in influencing users' behavioral intentions.

Keywords: *Digital Finansial Literacy, Finansial Stress, Green Sel-Identity, Facilitating Conditions, Behavioral Intention*

Abstrak

Pertumbuhan teknologi finansial mendorong adopsi *digital payment* di kalangan generasi Z di Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Digital Financial Literacy, Financial Stress, Green Sel-Identity*, dan *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* dalam menggunakan Digital Payment. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling yang di dasarkan pada indikator sebagai kriteria penentuan sampel, dengan total sampel sebanyak 150 responden. Analisis data dengan metode *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Digital Financial Literacy, Green Self-Identity, dan Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention berpengaruh positif signifikan, dan variabel Financial Stress terhadap Behavioral Intention berpengaruh negatif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi, kepedulian terhadap lingkungan, dan ketersediaan fasilitas memiliki peran penting dalam memengaruhi niat pengguna untuk berperilaku.

Kata Kunci: Literasi keuangan digital, Stres finansial, Identitas hijau, Kondisi yang memfasilitasi, Niat berperilaku

PENDAHULUAN

Revolusi industri digital telah mendorong transformasi besar dalam cara manusia menjalankan aktivitas finansial, termasuk dalam hal transaksi pembayaran. Di tengah pertumbuhan teknologi informasi, penggunaan pembayaran digital (digital payment) kini menjadi pilihan utama, khususnya di kalangan Generasi Z yang dikenal adaptif terhadap teknologi. Berdasarkan data Bank Indonesia (2021), jumlah uang elektronik yang beredar mencapai 575,32 juta dan transaksi uang elektronik menembus Rp 305,44 triliun sepanjang tahun 2021, menunjukkan peningkatan signifikan sebesar 49,06% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, meskipun penetrasi teknologi keuangan sangat cepat, terdapat tantangan besar yang dihadapi oleh masyarakat, terutama Generasi Z, dalam mengadopsi pembayaran digital secara bijak dan berkelanjutan. Salah satu faktor penting adalah literasi keuangan digital (digital financial literacy). Studi [Rahayu \(2022\)](#) menyebutkan bahwa tingkat literasi keuangan digital di Indonesia masih rendah, bahkan tertinggal dibanding negara Asia Tenggara lainnya. Ini menjadi perhatian serius karena rendahnya literasi digital dapat menyebabkan perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti pembelian impulsif atau ketergantungan pada layanan PayLater. Survei [Populix \(2023\)](#) mencatat bahwa 45% responden pernah menggunakan layanan PayLater, dengan 77% di antaranya memilih Shopee PayLater. Temuan ini mengindikasikan bahwa Generasi Z berpotensi mengalami financial stress, terutama jika tidak diimbangi dengan pemahaman keuangan yang baik. Stres keuangan dapat menurunkan kepercayaan mereka terhadap teknologi keuangan dan membuat mereka kembali pada metode konvensional yang dianggap lebih aman ([Li et al., 2020](#)).

Selain itu, dalam konteks kesadaran lingkungan, konsep Green Self-Identity menjadi relevan dalam menjelaskan mengapa sebagian Generasi Z lebih menyukai digital payment. Individu dengan identitas hijau yang kuat percaya bahwa pembayaran digital lebih ramah lingkungan dibandingkan transaksi tunai. [Tang et al. \(2023\)](#) menyebutkan bahwa keuangan digital juga dapat mendorong inovasi hijau, salah satunya melalui pengurangan penggunaan kertas. Adapun faktor Facilitating Conditions, seperti infrastruktur teknologi, akses internet, serta dukungan lembaga keuangan, juga turut mempengaruhi adopsi digital payment. Di kota Palembang, infrastruktur yang belum merata dan pemahaman yang belum merata menjadi tantangan tersendiri. Fenomena di Palembang mengindikasikan bahwa penggunaan digital payment meningkat, namun belum diikuti oleh kesiapan aspek-aspek pendukungnya. Berdasarkan hasil survei internal (penelitian ini), sebanyak 36,67% responden memiliki tingkat literasi keuangan digital rendah, 48% mengalami tingkat stres keuangan sedang hingga tinggi, dan hanya 19,33% yang memiliki green self-identity kuat. Sementara itu, 45,33% responden menyatakan infrastruktur digital di sekitar mereka belum sepenuhnya mendukung transaksi digital. Masalah dalam penelitian ini adalah belum optimalnya behavioral intention atau niat perilaku Generasi Z di Palembang dalam menggunakan pembayaran digital, yang dipengaruhi oleh empat faktor: literasi keuangan digital, stres keuangan, identitas hijau, dan kondisi yang memfasilitasi. Hal ini perlu dikaji untuk memastikan bahwa transformasi digital di sektor keuangan dapat berlangsung secara inklusif dan bertanggung jawab.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan: *apa saja faktor yang paling dominan dalam memengaruhi niat perilaku Generasi Z di Palembang terhadap penggunaan digital payment?* Dalam konteks ini, Behavioral Intention menjadi variabel penting yang menjembatani adopsi teknologi dengan perilaku nyata pengguna. Dari sisi kebaruan (novelty), penelitian ini menambahkan variabel Green Self-Identity dalam model yang belum banyak dieksplorasi dalam studi serupa di Indonesia, khususnya di wilayah Sumatera Selatan. Studi ini juga memberikan kontribusi praktis melalui identifikasi peta faktor psikologis dan infrastruktur yang perlu diperkuat guna mendorong transformasi keuangan digital yang berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Digital Financial Literacy

Literasi keuangan digital (*Digital Financial Literacy*), merupakan pemahaman layanan keuangan digital yang berkaitan dengan pengetahuan mengelola keuangan pribadi ([Rahayu., 2022](#)). Termasuk aplikasi pembayaran digital, perbankan online, dan teknologi keuangan lainnya. Kemampuan

ini menjadi sangat penting dalam konteks meningkatnya adopsi teknologi keuangan (fintech) dan transformasi digital di berbagai sektor ekonomi, terutama di kalangan generasi muda, seperti Generasi Z. Menurut Rahman & Widiastuti. (2021), literasi keuangan digital mencakup kemampuan memahami layanan keuangan digital, keamanan siber, serta mengelola informasi keuangan secara digital. Pengguna yang memiliki literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih bijak dalam menggunakan teknologi keuangan dan lebih terlindungi dari risiko-risiko keuangan digital, seperti penipuan siber atau *mismanajemen* keuangan.

Financial Stress

Financial stress atau tekanan finansial adalah kondisi psikologi yang terjadi ketika seseorang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan, yang sering kali disebabkan oleh faktor-faktor eksternal seperti kehilangan pekerjaan, utang, atau pengeluaran tak terduga. Berdasarkan penelitian terbaru, tekanan ini tidak hanya berpengaruh pada aspek ekonomi seseorang, tetapi juga berdampak besar pada kesehatan mental dan fisik. Misalnya, penelitian dari Hrynowski & Marken. (2023), menunjukkan bahwa 66% mahasiswa mengalami stres akibat masalah keuangan, yang mengakibatkan penurunan prestasi akademik dan sering kali berujung pada putus sekolah (AFCPE). Penelitian menunjukkan bahwa *financial stress* di kalangan Generasi Z meningkat akibat beberapa faktor, termasuk kurangnya literasi keuangan, terutama dalam mengelola kredit dan teknologi keuangan digital seperti kredit *online*, banyak Gen Z yang jatuh dalam perilaku konsumtif dan utang berlebihan, yang semakin memperparah *finansial stres* (Senduk et al., 2024). Selain itu teknologi keuangan seperti platform *but now, pay later* yang populer di kalangan Gen Z sering kali menyebabkan pengeluaran impulsif dan ketergantungan pada utang jangka pendek, yang memperburuk tekanan keuangan (Moon et al., 2023).

Green Self-Identity

Green self-identity telah diakui sebagai faktor penting yang mendorong perilaku pembelian produk ramah lingkungan. Konsumen yang mengidentifikasi dirinya sebagai individu yang peduli lingkungan cenderung memilih metode pembayaran yang ramah lingkungan, seperti pembayaran digital, untuk transaksi fisik. Penggunaan pembayaran digital, seperti dompet elektronik dan pembayaran nirsentuh, dianggap lebih ramah lingkungan karena mengurangi emisi karbon dan konsumsi sumber daya, sejalan dengan gaya hidup berkelanjutan yang mencerminkan identitas hijau konsumen (Alghamdi et al., 2024). Penelitian Alghamdi et al. (2024), berfokus pada pengaruh sosial, seperti teman sebaya dan media, dalam memperkuat *green self-identity* dan perilaku pembelian ramah lingkungan. Temuan mereka menunjukkan bahwa individu dengan identitas hijau termotivasi untuk membeli produk ramah lingkungan tidak hanya karena kepuasan pribadi, tetapi juga karena dorongan sosial, terutama dari teman-teman sebaya. Ini menggambarkan bahwa *green self-identity* didukung oleh pengaruh eksternal, yang memperkuat komitmen mereka terhadap berkelanjutan. Dengan demikian, konsumen yang terpapar informasi ramah lingkungan melalui media dan komunitas sosialnya lebih cenderung mempertahankan identitas hijau mereka melalui tindakan nyata seperti pembelian produk hijau dan adopsi teknologi ramah lingkungan, termasuk pembayaran digital.

Facilitating Conditions

Facilitating Conditions dan *adaptability* tidak hanya penting dalam penerapan teknologi pembelajaran, tetapi juga sangat relevan dan konteks *digital payment* (pembayaran digital). Kedua faktor ini berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengadopsi sistem pembayaran digital, terutama di era transformasi digital yang cepat. Penelitian Al-Adwan et al. (2020), menyoroti bahwa *Facilitating Conditions* seperti infrastruktur yang mendukung, kemudahan akses internet, dan dukungan pemerintah adalah elemen penting yang mendukung adopsi teknologi. Hal ini dapat diterapkan dalam konteks pembayaran digital, di mana dukungan infrastruktur seperti jaringan pembayaran yang aman dan tersedia, serta regulasi pemerintah yang jelas, sangat diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan teknologi ini. Sementara itu Akram et al. (2020), menekankan peran *adaptability* atau kemampuan beradaptasi individu terhadap teknologi baru sebagai faktor utama dalam keberlanjutan adopsi teknologi digital. Dalam konteks pembayaran digital,

adaptability mengacu pada kemampuan pengguna untuk beradaptasi dengan sistem pembayaran baru, seperti menggunakan dompet digital atau aplikasi pembayaran mobile. Pengguna yang lebih adaptif cenderung lebih cepat mengadopsi metode pembayaran digital karena mereka merasa nyaman dengan teknologi tersebut dan mampu menyesuaikan diri dengan inovasi baru.

Behavioral Intentions

Behavioral Intention atau niat perilaku memainkan peran penting dalam adopsi sistem pembayaran digital, termasuk *e-wallet* dan *mobile payment*. Seperti yang diulas oleh Al-Adwan et al. (2020) dan Akram et al. (2020), menekankan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan, serta sikap terhadap teknologi sangat berpengaruh terhadap niat perilaku dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital. Penelitian ini sejalan dengan hasil meta-analisis yang dilakukan oleh studi lain yang menyoroti peran sentral sikap (*attitude*) untuk mengadopsi sistem pembayaran digital. Studi ini mengungkapkan bahwa sikap dan inovasi merupakan prediktor kuat dibandingkan dengan faktor lain seperti biaya dan mobilitas (Yang et al., 2021). Selain itu, faktor literasi digital dan finansial juga terbukti secara signifikan mempengaruhi adopsi pembayaran digital, dimana literasi digital meningkatkan pemahaman individu dalam menggunakan teknologi keuangan seperti *m-payment* (Ullah et al., 2022).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

***Digital Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.**

Digital Financial Literacy (DFL) adalah kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan menggunakan layanan keuangan digital secara efektif dan aman. Generasi Z sebagai digital native diharapkan memiliki tingkat literasi digital keuangan yang baik. Individu yang memiliki tingkat DFL tinggi cenderung lebih percaya diri dan mampu mengelola keuangannya secara bijak melalui platform digital. Mereka lebih cepat beradaptasi terhadap fitur-fitur digital payment seperti *e-wallet* dan layanan PayLater. Penelitian Prete (2021) dan Herawati et al. (2020) menunjukkan bahwa literasi digital yang tinggi meningkatkan kepercayaan dalam mengambil keputusan keuangan, yang berdampak langsung terhadap niat menggunakan layanan tersebut. Srivastava et al. (2023) menambahkan bahwa literasi digital yang baik tidak hanya mendorong inklusi keuangan, tetapi juga meningkatkan intention pengguna terhadap teknologi finansial.

H1: *Digital Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

Financial Stress* berpengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention

Financial Stress adalah tekanan psikologis akibat kesulitan finansial, seperti ketidakmampuan membayar utang atau pengeluaran melebihi pendapatan. Generasi Z yang mengalami financial stress cenderung ragu menggunakan teknologi pembayaran digital karena merasa tidak memiliki kestabilan finansial yang cukup untuk mengambil risiko, termasuk risiko biaya tambahan dari layanan digital. Li et al. (2020) menjelaskan bahwa individu dengan stres keuangan tinggi lebih memilih metode pembayaran yang dianggap lebih aman dan terkontrol. Hal ini didukung oleh Liu & Zhang (2021) yang menyebut bahwa stres finansial dapat menghambat niat seseorang untuk berinovasi dalam penggunaan teknologi keuangan baru.

H2: *Financial Stress* berpengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention*.

Green Self-Identity* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention

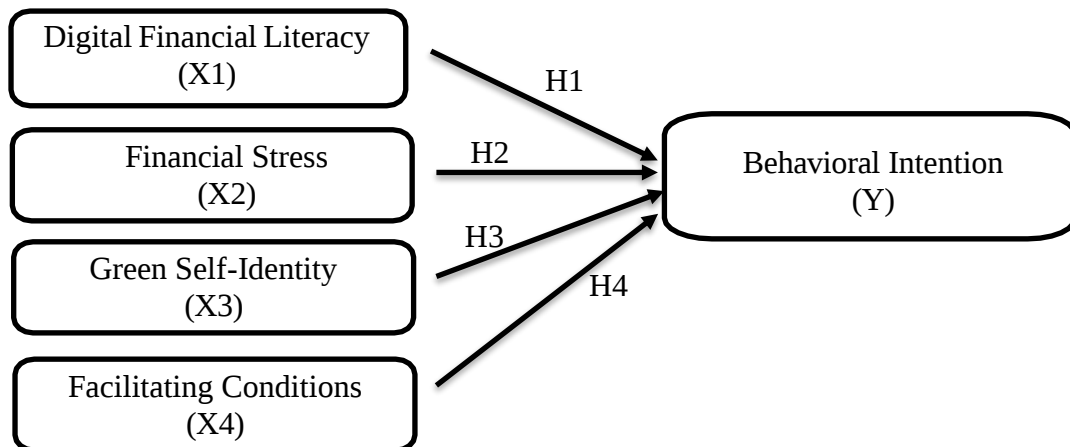
Green Self-Identity (GSI) mencerminkan sejauh mana seseorang melihat dirinya sebagai bagian dari lingkungan yang mendukung keberlanjutan. Individu dengan identitas hijau yang kuat cenderung memilih produk dan layanan yang dinilai ramah lingkungan, termasuk digital payment yang mengurangi penggunaan kertas dan emisi karbon. Tang et al. (2023) menemukan bahwa keuangan digital dapat mendorong inovasi hijau dan menjadi bagian dari gaya hidup berkelanjutan. Lalot et al. (2020) dan Mahasuweerachai & Suttikun (2022) menegaskan bahwa GSI memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi ramah lingkungan sebagai bentuk ekspresi nilai-nilai ekologisnya.

H3: *Green Self-Identity* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention

Facilitating Conditions mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa infrastruktur dan dukungan teknis tersedia untuk menggunakan sistem atau teknologi tertentu. Dalam konteks digital payment, hal ini mencakup akses internet yang stabil, perangkat smartphone yang mendukung, serta edukasi atau bantuan teknis. Ghozali (2020) dan Song et al. (2023) menjelaskan bahwa keberadaan infrastruktur teknologi yang memadai dan lingkungan yang mendukung sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam mengadopsi digital payment. Jika pengguna merasa terbantu dan difasilitasi, maka mereka akan lebih cenderung untuk berkomitmen menggunakan teknologi tersebut.

H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif verifikatif, yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel Digital Financial Literacy, Financial Stress, Green Self-Identity, dan Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention dalam penggunaan layanan digital payment di kalangan Generasi Z di Kota Palembang. Pemilihan pendekatan kuantitatif dilakukan karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara objektif dan terukur melalui data statistik. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup berbasis skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju) kepada responden yang memenuhi kriteria. Populasi dalam penelitian ini adalah individu Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan berdomisili di Palembang, serta memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 150 orang, yang ditentukan berdasarkan rekomendasi Hair et al. (2010), yaitu 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam model penelitian (15 indikator).

Instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari penelitian terdahulu yang telah terbukti valid dan reliabel. Penyesuaian dilakukan melalui alih bahasa dan kontekstualisasi agar sesuai dengan karakteristik responden lokal. Sebelum disebarkan secara luas, kuesioner telah diuji coba (pilot test) kepada 30 responden untuk memastikan kejelasan redaksi dan validitas isi. Hasil uji validitas awal menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai korelasi item-total di atas 0,3 dan nilai reliabilitas (Cronbach's Alpha) di atas 0,7, menunjukkan bahwa alat ukur dapat digunakan dalam penelitian utama. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Analisis dilakukan dalam dua tahap, yaitu pengujian outer model (validitas dan reliabilitas konstruk) dan inner model (hubungan antar variabel laten). Uji outer model meliputi analisis convergent validity ($AVE > 0,5$), composite reliability dan Cronbach's Alpha ($> 0,7$), serta discriminant validity menggunakan Fornell-Larcker Criterion dan nilai HTMT ($< 0,85$). Model fit diuji menggunakan nilai SRMR ($< 0,08$). Selanjutnya, inner model dianalisis melalui nilai R^2 (ketepatan prediksi model), f^2 (efek ukuran), Q^2 (kemampuan prediktif model), serta collinearity

(VIF < 5). Uji hipotesis dilakukan melalui bootstrapping dengan 5.000 subsample dan hasil signifikan ditentukan jika p-value < 0,05. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan hasil yang valid dan andal dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi Behavioral Intention Generasi Z dalam menggunakan digital payment di Palembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden, jumlah responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa 68 responden (45%) adalah laki-laki sedangkan 82 responden (55%) adalah perempuan. Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki. Generasi Z dalam kelompok usia 17-20 tahun terdapat 54 responden (36%), 71 responden (47%) dalam kelompok usia 21-24 tahun, sedangkan 25 responden (17%) dalam kelompok usia 25-27 tahun. Jadi sebagian besar pengguna *Digital Payment* dalam penelitian ini merupakan kelompok usia 21-25 tahun. Berdasarkan pekerjaan responden Sebanyak 54 responden (36%) merupakan kelompok yang bekerja, 1 responden (1%) belum bekerja, 87 responden (58%) adalah siswa/mahasiswa, dan 8 responden (5%) merupakan wiraswasta. Jadi sebagian besar pengguna *Digital Payment* dalam penelitian ini merupakan siswa/mahasiswa. Responden berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa dari 150 responden yang diperoleh, sebanyak 51 responden (34%) memiliki pendapatan kurang dari atau sama dengan Rp1.400.000, 91 responden (61%) memiliki pendapatan lebih dari Rp1.400.000 hingga Rp17.000.000, dan 8 responden (5%) memiliki pendapatan lebih dari 17.000.000.

Tabel 1. Deskripsi Responden

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	68	45
Perempuan	82	55
Usia		
17-20	54	36
21-24	71	47
25-27	25	17
Pekerjaan		
Bekerja	54	36
Belum Bekerja	1	1
Siswa/Mahasiswa	87	58
Wiraswasta	8	5
Pendapatan		
≤ Rp 1.400.000	51	34
> Rp 1.400.000 - Rp 17.000.000	91	61
> Rp 17.000.000	8	5

Sumber: Diolah Penulis 2024

Hasil Uji *Confirmatory Composite Analysis (CCA)*

Convergent Validity

Nilai *outer loading* dianggap valid apabila nilai korelasi melebihi 0,70 dan di harapkan mencapai $\geq 0,70$. Namun menurut Chin (1998), nilai *outer loading* dalam rentan 0.5-0,6 sudah cukup memenuhi kriteria *convergent validity*.

Tabel 2. outer loading

	BI	DFL	FS	GSI	FC
BI1	0,835				
BI2	0,832				
BI3	0,828				
DFL1		0,820			
DFL2		0,878			
DFL3		0,865			
FS1			0,989		
FS2			0,526		
FS3			0,604		
GSI1				0,806	
GSI2				0,768	
GSI3				0,860	
FC1					0,866
FC2					0,882
FC3					0,840

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Dari tabel 2, hasil analisis nilai *outer loading* sebagian besar indikator memiliki nilai diatas 0,70, menunjukkan validitas konvergen yang baik. sedangkan FS2 (0,526) dan FS3 (0,604) berada di bawah 0,70 tetapi masih memenuhi syarat validitas konvergen sesuai dengan batas minimum yang diusulkan oleh (Chin, 1998).

Average Variance Extracted (AVE)

Dalam penelitian ini, semua *konstruk* memiliki nilai AVE > 0,5, mengindikasikan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% variansi indikator tersebut.

Tabel 3. AVE

Konstruk	AVE	Keterangan
BI	0,692	Valid
DFL	0,731	Valid
FS	0,540	Valid
GSI	0,660	Valid
FC	0,744	Valid

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Dari tabel data 4.6 tersebut, dapat dilihat bahwa setiap *konstruk* memiliki nilai AVE yang lebih besar dari 0,5, dengan nilai AVE tertinggi terdapat pada *Facilitating Conditions* (FC) (0,744), yang menunjukkan bahwa *konstruk* ini memiliki hubungan yang sangat baik dengan indikator-indikatornya. Sebaliknya, *Financial Stress* (FS) memiliki nilai AVE terendah (0,540), meskipun masih memenuhi batas minimum untuk validitas konvergen.

Reliability

Reliabilitas dinilai menggunakan dua ukuran, yaitu *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* Nilai CR untuk semua *konstruk* lebih besar dari 0,7 yang menunjukkan bahwa *konstruk-konstruk* tersebut memiliki konsistensi internal yang baik dan indikator-indikatornya secara konsisten mengukur konsep yang sama. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua *konstruk* juga lebih besar dari 0,7, yang menandakan bahwa instrumen penelitian memiliki keandalan yang memadai.

Tabel 4. Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
BI	0,777	0,871	Valid
DFL	0,816	0,890	Valid
FS	0,776	0,765	Valid
GSI	0,744	0,853	Valid
FC	0,828	0,897	Valid

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Hasil analisis *reliability*, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) mengindikasikan semua *konstruk* dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi karna semua konstruknya di atas 0,7.

Discriminant Validity

Penelitian validitas *diskriminan* dilakukan menggunakan dua metode, yaitu *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). *Fornell-Larcker Criterion*, tercapai jika nilai akar AVE (diagonal tabel) lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk di luar konstruk (diluar diagonal). Dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), di mana semua nilai HTMT < 0,85.

Tabel 5. Fornell-Larcker Criterion

	BI	DFL	FC	FS	GSI
BI	0,832				
DFL	0,635	0,855			
FC	0,773	0,571	0,863		
FS	0,052	0,005	0,094	0,735	
GSI	0,558	0,257	0,559	0,226	0,812

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 5, nilai akar AVE untuk setiap *konstruk*, yaitu 0,832 (BI), 0,855 (DFL), 0,863 (FC), 0,735 (FS), dan 0,812 (GSI), lebih besar daripada nilai korelasi antar *konstruk* yang berada di luar diagonal. Dengan demikian, seluruh *konstruk* dalam penelitian ini memenuhi kriteria *validitas diskriminan*.

Tabel 6. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	BI	DFL	FC	FS	GSI
BI					
DFL	0,794				
FC	0,817	0,694			
FS	0,067	0,170	0,079		
GSI	0,724	0,332	0,700	0,288	

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 6, semua nilai HTMT antara *konstruk-konstruk* dalam penelitian ini lebih kecil dari 0,85. Seperti nilai HTMT antar BI dan DFL adalah 0,794, antara FC dan GSI adalah 0,700, dan seterusnya. Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa *konstruk-konstruk* dalam model ini memiliki *validitas diskriminan* yang kuat.

Model Fit

Nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) yang lebih kecil dari 0.08 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kecocokan yang sangat baik.

Tabel 7. Model Fit

Model	SRMR
Saturated Model	0,071
Estimated Model	0,071

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 7, yang menunjukkan nilai SRMR pada dua model, yaitu *Saturated Model* dan *Estimated Model*, keduanya memiliki nilai SRMR yang sama, yaitu 0,071. Nilai ini lebih kecil dari ambang batas 0,08, yang berarti kedua model ini memiliki kecocokan yang sangat baik.

Variance Inflation Factor (VIF)

Analisis *multikolinearitas* dievaluasi menggunakan VIF untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan linier tinggi antar variabel independen yang dapat memengaruhi hasil model.

Tabel 8. outer VIF

Konstruk	VIF
BI1	1,651
BI2	1,588
BI3	1,578
DFL1	1,665
DFL2	1,954
DFL3	1,868
FC1	1,900
FC2	2,151
FC3	1,753
FS1	1,743
FS2	1,657
FS3	1,479
GSI1	1,418
GSI2	1,475
GSI3	1,610

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 8, semua nilai VIF melebihi 10 menunjukkan adanya *multikolinearitas* yang tinggi. Namun, berdasarkan hasil outer VIF, semua nilai di bawah 2,5, yang menandakan bahwa tidak tiada ada masalah yang signifikan antar konstruk yang diuji.

Structural Model Assessment

Coefficient of Determination (R^2)

Berdasarkan klasifikasi (Hair et al., 2010), model dengan nilai R^2 diatas 0,67 dianggap kuat, antara 0,33-0,67 dianggap moderat, dan antara 0,19-0,33 dianggap lemah.

Tabel 9. R square

Konstruk	R Square	Adjusted R Square	Keterangan
Behavioral Intention (BI)	0,685	0,676	Kuat

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 9, hasil analisis nilai R^2 yang diperoleh 0,685. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabel independen dalam model dapat menjelaskan 68,5% variansi dari variabel dependen. Jadi nilai R^2 sebesar 0,685 menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang kuat.

Effect size (F²)

Pengaruh masing-masing *konstruk* independen terhadap variabel dependen dievaluasi menggunakan *effect size* (F²). Nilai F² yang dikategorikan sebagai kecil jika nilainya antara 0,02-0,15, sedang jika nilainya antara 0,15-0,35, dan besar jika lebih dari 0,35.

Tabel 10. F Square

Hubungan	F ²	Kategori
DFL → BI	0,196	Sedang
FS → BI	0,006	Kecil
GSI → BI	0,104	Sedang
FC → BI	0,357	Besar

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 10, *Digital Financial Literacy* (DFL) memiliki F² sedang (0,196), *Financial Stress* (FS) memiliki F² kecil (0,006), *Green Self-Identity* (GSI) memiliki F² sedang (0,104), Sementara itu, *Facilitating Conditions* (FC) memiliki F² besar (0,357), yang menunjukkan bahwa FC memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI), ini menunjukkan bahwa faktor pendukung seperti kemudahan akses dan dukungan teknis memiliki kontribusi yang sangat besar dalam mendorong individu untuk menggunakan *Digital Payment*

Predictive Relevance (Q²)

Digunakan untuk mengukur kemampuan prediktif model. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua nilai Q² lebih besar dari nol, berarti model memiliki daya prediksi yang kuat.

Tabel 11. Construct Crossvalidated Redundancy

Konstruk	Q ²
Behavioral Intention (BI)	0,463

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 11, hasil analisis, nilai Q² untuk variabel Behavioral Intention (BI) adalah 0,463. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik, di mana variabel independen dalam model mampu memprediksi variabel dependen secara akurat, karena nilai Q² lebih besar dari 0, yang mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan 46,3% varians dari *Behavioral Intention* (BI).

Hypothesis Testing

Uji hipotesis penting untuk memahami bagaimana setiap variabel yang diuji memengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan *Digital Payment*. Uji hipotesis dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 12. path coefficients

Hubungan	Path Coefficient	T-Statistic	P-Value	Kesimpulan
DFL → BI	0,304	4,787	0,000	Positif Signifikan
FS → BI	-0,045	0,827	0,409	Tidak Berpengaruh
GSI → BI	0,224	3,115	0,002	Positif Signifikan
FC → BI	0,478	5,672	0,000	Positif Signifikan

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 12, hasil analisis, hubungan *Digital Financial Literacy* (DFL) dan *Behavioral Intention* (BI) terbukti positif signifikan secara positif, *Financial Stress* (FS) dan *Behavioral Intention* (BI) tidak menunjukkan pengaruh negatif signifikan, *Green Self-Identity* (GSI) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki hubungan positif yang signifikan, *Facilitating Conditions* (FC) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki pengaruh positif signifikan.

Digital Financial Literacy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Financial Literacy (DFL) berpengaruh positif signifikan terhadap Behavioral Intention dalam penggunaan digital payment pada Generasi Z di Palembang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman individu terhadap keuangan digital, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh [Srivastava et al. \(2023\)](#) yang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap fitur layanan digital payment dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sistem. Dalam konteks ini, Generasi Z yang memiliki literasi keuangan digital yang baik lebih mampu menilai risiko dan manfaat penggunaan fitur seperti PayLater, transfer antar bank digital, atau cashback, sehingga lebih percaya diri dalam menggunakannya.

Dampaknya bagi perusahaan digital payment adalah perlunya peningkatan program edukasi literasi keuangan digital, seperti kampanye penggunaan yang bijak, integrasi fitur edukatif dalam aplikasi, serta kolaborasi dengan lembaga pendidikan untuk membentuk pemahaman finansial sejak dini. Penelitian ini juga didukung oleh findings dari Panos (2020) dan Lyons & Kass-Hanna (2021) yang menyatakan bahwa digital financial literacy merupakan fondasi penting dalam membangun kepercayaan terhadap layanan keuangan berbasis teknologi. Namun, beberapa studi seperti [Bakar & Ali \(2023\)](#) di Malaysia menyebut bahwa pemahaman yang terlalu tinggi justru dapat memunculkan skeptisisme dan overthinking, sehingga menurunkan niat menggunakan fintech karena khawatir terhadap isu keamanan data. Maka dari itu, digital payment provider perlu menyederhanakan komunikasi risiko dan menjelaskan fitur proteksi pengguna secara transparan.

Financial Stress berpengaruh negatif terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Financial Stress berpengaruh negatif signifikan terhadap Behavioral Intention. Artinya, semakin tinggi tingkat tekanan keuangan yang dialami oleh individu, maka semakin rendah niat mereka untuk menggunakan digital payment. Ini dapat dijelaskan karena stres finansial memengaruhi rasa aman pengguna dalam melakukan transaksi non-tunai yang cenderung tidak kasat mata. Temuan ini konsisten dengan studi Li et al. (2020) dan Jang & Kim (2023), yang menjelaskan bahwa tekanan keuangan mendorong individu untuk kembali pada metode konvensional seperti uang tunai yang dianggap lebih "nyata" dan mudah dikontrol. Bahkan, pengguna dengan stres tinggi cenderung menghindari fitur yang berpotensi menambah beban finansial seperti cicilan atau limit kredit dalam e-wallet. Bagi penyedia layanan digital payment, kondisi ini menjadi indikasi penting untuk menciptakan fitur-fitur yang lebih adaptif terhadap pengguna dengan tekanan finansial, seperti limit transaksi harian, fitur pengingat pembayaran, atau mode transaksi hemat.

Penelitian lain oleh Lusardi & Mitchell (2021) menegaskan bahwa stres keuangan dapat menurunkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan finansial, yang berdampak langsung terhadap rendahnya intensi penggunaan teknologi keuangan digital. Namun, menariknya, [Senduk et al. \(2024\)](#) dalam penelitiannya justru menunjukkan bahwa sebagian Generasi Z menggunakan digital payment sebagai "pelarian" untuk menghindari tekanan keuangan, meskipun ini berisiko menambah beban utang jangka panjang. Oleh karena itu, literasi keuangan dan regulasi paylater yang lebih ketat perlu diintegrasikan untuk mencegah dampak negatif dari penggunaan impulsif akibat tekanan finansial.

Green Self-Identity berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention

Penelitian ini juga menemukan bahwa Green Self-Identity berpengaruh positif signifikan terhadap Behavioral Intention dalam penggunaan digital payment. Artinya, individu yang memiliki identitas diri yang ramah lingkungan cenderung lebih berniat menggunakan metode pembayaran digital dibandingkan tunai. Digital payment dianggap sebagai salah satu bentuk kontribusi terhadap praktik berkelanjutan karena dapat mengurangi penggunaan kertas, tinta, dan energi transportasi uang fisik. Temuan ini sejalan dengan [Tang et al. \(2023\)](#), [Mahasuweerachai & Suttikun \(2022\)](#), serta [Lalot et al. \(2020\)](#), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran lingkungan, semakin besar pula kecenderungan individu dalam memilih produk dan layanan yang dinilai mendukung prinsip keberlanjutan. Digital payment menjadi bagian dari gaya hidup berkelanjutan yang mendukung efisiensi dan ramah lingkungan.

Bagi perusahaan digital payment, hasil ini dapat dimanfaatkan sebagai strategi branding berbasis sustainability. Kampanye yang menekankan bahwa penggunaan e-wallet mengurangi jejak karbon dan mendukung zero-waste dapat menarik lebih banyak pengguna dari segmen Gen Z yang peduli lingkungan. Strategi ini telah berhasil diterapkan oleh Alipay dan Apple Pay di beberapa negara, sebagaimana ditunjukkan dalam studi Margariti et al. (2024). Namun demikian, penelitian oleh Margariti et al. juga menyebut adanya fenomena greenwashing, yakni ketika perusahaan hanya menggunakan citra ramah lingkungan sebagai strategi pemasaran tanpa aksi nyata. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan digital payment untuk menyediakan bukti konkret atas dampak lingkungan seperti jumlah kertas yang dihemat, emisi yang ditekan, atau inisiatif digital hijau yang didukung.

Facilitating Conditions berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian terakhir menunjukkan bahwa Facilitating Conditions berpengaruh positif signifikan terhadap Behavioral Intention. Ini berarti ketersediaan fasilitas pendukung seperti koneksi internet yang stabil, perangkat teknologi yang kompatibel, serta bantuan teknis saat menghadapi kendala memegang peranan penting dalam mendorong niat menggunakan digital payment. Generasi Z sangat mengandalkan kemudahan akses dan respons cepat terhadap permasalahan teknis dalam proses adopsi teknologi. Hasil ini diperkuat oleh studi Song et al. (2023) dan Venkatesh et al. (2016) yang menyatakan bahwa kondisi fasilitas yang memadai menjadi pendorong utama dalam penerimaan teknologi. Dalam konteks Palembang, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur digital di wilayah suburban, biaya data internet, atau keterbatasan perangkat masih menjadi hambatan.

Implikasinya, perusahaan digital payment harus berkolaborasi dengan penyedia jaringan dan pemerintah daerah untuk memperluas akses dan edukasi teknologi, serta menyediakan layanan pelanggan berbasis AI/24 jam agar pengguna merasa aman. Wut et al. (2022) dan Al-Adwan et al. (2020) menyatakan bahwa pengguna yang memiliki kemudahan teknologi dan dukungan lingkungan sosial cenderung lebih loyal dan intensif dalam menggunakan aplikasi fintech. Namun dalam beberapa konteks, seperti studi oleh Akram et al. (2022), disebutkan bahwa meskipun fasilitas tersedia, jika pengguna tidak merasa nyaman atau kurang mampu beradaptasi dengan fitur baru, mereka tetap enggan menggunakan teknologi. Oleh karena itu, intervensi berbasis pelatihan digital dan UI/UX yang sederhana menjadi penting untuk menunjang niat penggunaan jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa niat perilaku Generasi Z di Palembang dalam menggunakan digital payment dibentuk oleh perpaduan antara faktor internal seperti literasi keuangan digital, tingkat stres keuangan, dan identitas ramah lingkungan, serta faktor eksternal berupa kondisi yang memfasilitasi. Penguatan literasi dan kesadaran lingkungan harus dibarengi dengan dukungan infrastruktur dan fitur yang adaptif terhadap kondisi psikologis pengguna. Oleh karena itu, perusahaan digital payment perlu merancang strategi yang tidak hanya menekankan kemudahan transaksi, tetapi juga pemberdayaan finansial dan keberlanjutan, guna menciptakan ekosistem layanan keuangan digital yang inklusif, sadar risiko, dan berkelanjutan di kalangan generasi muda.

SARAN

Secara praktis, perusahaan penyedia layanan digital payment disarankan untuk meningkatkan program literasi keuangan digital yang menyasar Generasi Z melalui media yang relevan seperti media sosial, webinar interaktif, dan fitur edukatif dalam aplikasi. Selain itu, fitur yang mendukung pengelolaan stres keuangan, seperti pembatasan pengeluaran harian, pengingat tagihan, dan visualisasi transaksi, perlu dikembangkan agar pengguna merasa lebih aman dan terkendali dalam bertransaksi. Aspek keberlanjutan juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi branding melalui kampanye ramah lingkungan untuk menarik pengguna dengan identitas hijau yang kuat. Tidak kalah penting, perusahaan perlu memperkuat kerja sama dengan pemerintah daerah dan penyedia jaringan untuk memperluas akses teknologi, terutama di daerah dengan infrastruktur digital yang masih terbatas.

Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan model perilaku lanjutan dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), persepsi risiko, atau motivasi hedonistik untuk memperkaya pemahaman terhadap intensi penggunaan digital payment. Penelitian lanjutan juga disarankan dilakukan secara longitudinal untuk menangkap perubahan perilaku pengguna seiring perkembangan regulasi dan teknologi. Selain itu, studi komparatif antar daerah atau generasi dapat memberikan perspektif baru apakah temuan ini berlaku secara umum atau hanya kontekstual. Validasi lanjutan terhadap konstruk Green Self-Identity dalam konteks keuangan digital Indonesia juga penting untuk memperkuat landasan teoretis mengenai perilaku berkelanjutan dalam penggunaan teknologi finansial.

REFERENSI

- Abramson, J. (2022). Factors Influencing Technology Adoption In Digital Learning Environments. . *Innovative Teaching And Learning Journal*, 5(2), 56–65.
- Agung, S., & Wulandari, F. (2023). Stres Finansial Dan Hubungannya Dengan Perilaku Keuangan Risiko Tinggi. *Jurnal Keuangan Pribadi Dan Sosial*, 4(2), 83–95.
- Ahn, J., Ryu, H., & Han, I. (2022). The Effect Of Facilitating Conditions On Users' Behavioral Intention In Mobile Banking: The Moderating Role Of Perceived Security. *Information Systems*.
- Akram, U., Ypsilanti, A., Gardani, M., Irvine, K., Allen, S., Akram, A., Drabble, J., Bickle, E., Kaye, L., Lipinski, D., Matuszyk, E., Sarlak, H., Steedman, E., & Lazuras, L. (2020). Prevalence and psychiatric correlates of suicidal ideation in UK university students. *Journal of Affective Disorders*, 272, 191–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.03.185>
- Al-Adwan, A. S., Albelbisi, N. A., Aladwan, S. H., Al Horani, O. M., Al-Madadha, A., & Al Khasawneh, M. H. (2020). Investigating the Impact of Social Media Use on Student'S Perception of Academic Performance in Higher Education: Evidence From Jordan. *Journal of Information Technology Education: Research*, 19(November), 953–975. <https://doi.org/10.28945/4661>
- Alghamdi et al., (2024). Competitive advantage: A longitudinal analysis of the roles of data-driven innovation capabilities, marketing agility, and market turbulence. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 101683. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/eee/joreco/v76y2024ics0969698923002989.html>
- Alysa, F. M., & Andriana, I. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung Dan Perilaku Berbelanja Pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 12(3), 250–265.
- Amalia, R., & Widodo, T. (2022). Literasi Keuangan Digital Dan Pengaruhnya Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 6(1), 89–102.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2021). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Marketing*, 15(1), 45–58.
- Bakar, N. A., & Ali, R. (2023). Xploring The Relationship Between Digital Financial Literacy And Behavioral Intention To Adopt Fintech In Malaysia. *Ournal Of Banking And Finance Technology*, 7(3), 135–150.
- Bamberg, S., & Möser, G. (2020). Wenty Years After Hines, Hungerford, And Tomera: A New Meta-Analysis Of Psycho-Social Determinants Of Pro-Environmental Behavior. . *Journal Of Environmental Psychology*.
- Burke, P. J., & Stets, J. E. (2009). *Identity Theory*. Oxford University Press.
- Chen, L. (2022). Factors Influencing Behavioral Intention To Use Digital Financial Applications: The Role Of Facilitating Conditions. *Journal Of Financial Services Marketing*.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling. . In *Modern Methods For Business Research*. (Pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates. Retrieved from [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=2eV4AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT313&dq=Chin,+W.+W.+\(1998\).+The+Partial+Least+Squares+Approach+To+Structural+Equation+Modeling.+In+Modern+Methods+For+Business+Research.+\(Pp.+295%E2%80%93336\).+Lawrence+Erlbaum+Associates.&ots=t1Yj37-1qP&sig=ih1rhHiokKbI6sGN9JmaaoSg_-o](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=2eV4AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT313&dq=Chin,+W.+W.+(1998).+The+Partial+Least+Squares+Approach+To+Structural+Equation+Modeling.+In+Modern+Methods+For+Business+Research.+(Pp.+295%E2%80%93336).+Lawrence+Erlbaum+Associates.&ots=t1Yj37-1qP&sig=ih1rhHiokKbI6sGN9JmaaoSg_-o)

- Falah, R. F., & Tanjung, H. (2023). Digital Financial Literacy And Its Influence On The Intention To Use Digital Banking Services Among Students In Indonesia. *Nternational Journal Of Financial Studies*, 11(1), 24.
- Fauzi, R., & Sari, D. (2021). The Role Of Perceived Ease Of Use In Successful Information Technology Adoption: Enhancing Productivity And Simplifying Tasks. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 50–65.
- G20/OECD. (2022). Financial Stress And Its Impact On Digital Financial Services Adoption. G20 Global Partnership For Financial Inclusion (GPFI).
- Ghozali, I. (2020). Facilitating Conditions And User Acceptance Of Technology: Organizational And Technical Support In System Usage. *Journal Of Information Systems And Technology Management*, 123–135.
- Good News From Indonesia. (2022, January 17). Inilah 7 Layanan Paylater Paling Sering Digunakan Di Indonesia 2021. Good News From Indonesia.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd Ed.).
- Halim, M. (2023). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Halim, V. , & Irawan, B. (2021). The Role Of Digital Financial Literacy In Enhancing Financial Decisions. . *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 36(3), 215–230.
- Heo, W. , C. S. H. , & L. P. (2020). APR Financial Stress Scale: Development And Validation Of A Multidimensional Measurement. *Journal Of Financial Therapy*.
- Herawati, J., Sumartiah, S., Sari, P. P., & Wulandari, D. (2020). LITERASI LAPORAN KEUANGAN IBU-IBU WIROGUNAN YOGYAKARTA. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(2), 119. <https://doi.org/10.20961/Jkb.V25i2.43597>
- Hidayat, R., & Susanti, M. (2022). Peran Pelatihan Pengguna Dalam Mempermudah Adopsi Teknologi Finansial. *Jurnal Inovasi Dan Teknologi Finansial*, 7(3), 98–110.
- Hirsh, J. B., & Hirsh, J. B. (2021). The Influence Of Green Identity On Pro-Environmental Behavior: A Dual Process Model. *Journal Of Environmental Psychology*.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation Of Resources: A New Attempt At Conceptualizing Stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524.
- Hrynowski, Z., & Marken, S. (2023). Student Corner—Bridging The Gap: The Synergy Of Financial
- Hutajulu, S. D., & Suryadi, E. (2021). Pengaruh Financial Literacy Dan Self-Control Terhadap Financial Behavior Pengguna Aplikasi E-Wallet. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 14(1), 90–105.
- Isabella, E. , & Agustian, E. (2023). Implementing Digital Literacy Policies And The Challenges Towards Smart City In Palembang City. *Journal Of Urban Technology*, 30(2), 1–17.
- Jang, S. J., & Kim, H. J. (2023). Financial Stress As A Barrier To Digital Financial Services Usage: The Impact Of Financial Management Skills On Behavioral Intention. . *Journal Of Financial Services Marketing*, 100–115.
- Jie Li, Yu Wu, & Jing Jian Xiao. (2020). The Impact Of Digital Finance On Household Consumption: Evidence From China. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264999319310569>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2020). Mind The Gap: Why Do People Act Environmentally And What Are The Barriers To Pro-Environmental Behavior? *Environmental Education Research*,.
- Kumar, A., Singh, R., & Patel, M. (2023). . Green Self-Identity And Its Influence On Sustainable Financial Practices: A Conceptual Review. *Journal Of Sustainable Finance & Investment*, 13(2), 150–170.
- Lai, P. Y., & Li, M. (2021). Xploring The Role Of Facilitating Conditions In E-Learning: A Study On Students' Behavioral Intention. *Computers & Education*.
- Lalot, F., Quiamzade, A., Baumann, M., & Gollwitzer, M. (2020). Green Self-Identity And Sustainable Behavior: The Moderating Role Of Past Green Behavior And Societal Support For Environmental Values. *Journal Of Environmental Psychology*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11077-024-09547-4>
- Liu, Y., & Zhang, X. (2021). Credit Use And Financial Stress: The Moderating Role Of Financial Literacy. *Journal Of Consumer Finance*, 320–335. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100569>

- Lo Prete, A. (2021a). Digital And Financial Literacy As Determinants Of Digital Payments And Personal Finance. Retrieved from <https://Ssrn.Com/Abstract=3948927>
- Lo Prete, A. (2021b). Digital Financial Literacy And Its Impact On Financial Decision-Making. *Journal Of Financial Education*, 47(1), 35–50.
- Lubis, R. B. (2024, October 17). Indonesia Tim Termuda Di R3 Asia. Goodstats. https://Goodstats.Id/Infographic/Indonesia-Tim-Termuda-Di-R3-Asia-Dwmx6?Utm_Campaign=Read-Infinite&Utm_Medium=Infinite&Utm_Source=Internal
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2021). Inancial Literacy And Financial Stress: Evidence From The National Financial Capability Study. *Ournal Of Economic Psychology*.
- Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2021). Digital Financial Literacy And Well-Being: A Study On Financial Decision-Making Among Young Adults. *Journal Of Financial Education And Literacy*, 35–52.
- Mahasuweerachai, P., & Suttikun, C. (2022). Green Self-Identity And Sustainable Consumption: The Case Of Gen Z Using Shopee Paylater Services. *Journal Of Consumer Behavior And Sustainability*, 215–230. <http://dx.doi.org/10.3390/su141710539>
- Manning, R. A., Dwyer, K. K., & Sweeney, M. (2020). Understanding Financial Stress: A Review Of The Literature. *Journal Of Financial Counseling And Planning*, 31(1), 103–114.
- Nurhalimah. (2023). Indikator Stres Finansial Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Individu. *Jurnal Ekonomi Dan Kesejahteraan Sosial*, 5(1), 45–58.
- OECD. (2022). Digital Financial Literacy: Understanding And Using Financial Information In A Digital Context. Organisation For Economic Co-Operation And Development.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, & Rahman. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 200–215.
- Panos, G. A. , & W. J. O. S. (2020). Financial Literacy And Impulsive Buying: Evidence From A Consumer Behavior Study. *Journal Of Behavioral Finance*, 207–220.
- Populix (2023), 8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara. Katadata. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/1c97d81669f0cb7/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>
- Rahayu, R. (2022) ‘Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia’, *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), pp. 74–87. Available at: <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>.
- Rahman, F., & Widyastuti, W. (2023). Academic Self-Efficacy and Math Learning in Sidoarjo’s High School Elementary Students. *Academia Open*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.21070/acopen.8.2023.5317>
- Senduk et al., (2024). Fostering financially savvy generations: the intersection of financial education, digital financial misconception and parental wellbeing. In *Frontiers in Education* (Vol. 9, p. 1460374). Frontiers Media SA. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1460374>
- Srivastava et al. (2023). Digital customer engagement: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Business Research*, 161, 113834. Retrieved from <https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113834>
- Tang et al. (2023). Impact of Digital Finance on Green Technology Innovation: The Mediating Effect of Financial Constraints. *Sustainability*, 15(4), 3393. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/4/3393>
- Ullah, S., Kiani, U. S., Raza, B., & Mustafa, A. (2022). Consumers’ Intention to Adopt m-payment/m-banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy. *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873708>
- Venkatesh et al. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 1 328-376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Wut et al. (2022). A study of continuance use intention of an on online learning system after coronavirus disease 2019 pandemic outbreak. *Asia Pacific J. Educ.* 1-15, 1–15. <https://doi.org/10.1080/02188791.2022.2051696>

Yang, R., Mubarak, S., Wibowo, S., & Rahamathulla, M. (2021). Association for Information Systems Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) AIS Electronic Library (AISeL) Assessing the Effects of Perceived Qualities on E-learning Assessing the Effects of Perceived Qualities on E-learning Students' Attitude, Learning Engagement, and Stickiness During Students' Attitude, Learning Engagement, and Stickiness During. <https://aisel.aisnet.org/pacis2021/204>